

## Geomarketing e nuove tecnologie

### *Il contesto*

L'evoluzione tecnologica consente oggi di avere a disposizione funzionalità sofisticate sui dispositivi più diversi. Il personal computer viene spesso sostituito da dispositivi più "leggeri", - notebook, tablet PC, smartphone - soprattutto quando l'utilizzatore è una persona che non lavora in azienda ma si sposta sul territorio. La connessione a Internet è ormai una opzione irrinunciabile anche per chi utilizza un semplice smartphone.

Questa accelerazione tecnologica rende sempre più pressanti le richieste delle aziende per soluzioni che consentano un più stretto collegamento fra l'azienda e le persone sul territorio, e fra l'azienda e i propri clienti, per trasformare più rapidamente le decisioni in azioni e valutare in tempo reale gli effetti sul business delle azioni commerciali intraprese.



MMediaMkt da anni persegue l'obiettivo - con la soluzione GeoBusiness - di integrare fra di loro gli strumenti di geomarketing, di pianificazione e ottimizzazione di visite e consegne, di localizzazione di persone e mezzi, e di esitazione delle visite. Questo ha già consentito a molte aziende di razionalizzare un processo che partendo dall'analisi del business porta alla razionalizzazione della rete di vendita, all'individuazione di aree di espansione e di clienti potenziali, alla pianificazione e successiva consuntivazione delle visite commerciali, fino all'ottimizzazione dei giri di consegna.

### *Le nuove tendenze*

Nell'ambito di questo processo, le nuove tecnologie possono essere utilizzate per fornire strumenti operativi più leggeri agli utenti di sede e al personale sul campo, favorendo la condivisione delle informazioni, la semplificazione delle attività e lo scambio dei dati fra sede e periferia.

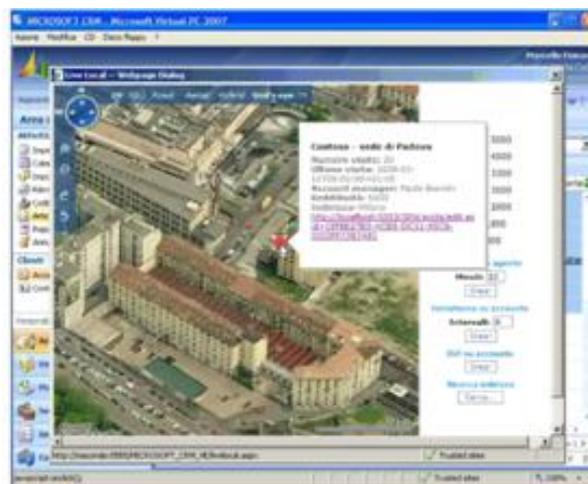
Il **geomarketing** viene allora declinato in strumenti "**light**" utilizzabili anche su dispositivi "**mobile**", che utilizzano le più recenti tecnologie di sviluppo Web (come Silverlight) per fornire dati sintetici sull'andamento del business e sui clienti attivi e potenziali e stimolare, semplificandola, la pianificazione delle visite commerciali.

L'**integrazione CRM** con le funzionalità di geomarketing consente alle aziende fortemente orientate all'utilizzo di questo strumento di coniugare la possibilità CRM di tenere sotto controllo la relazione con il cliente con l'efficienza garantita dalla possibilità di organizzare su base geografica

La **pianificazione dei giri visita**, costruita automaticamente nell'ottica di mantenere le frequenze e rispettare i target di vendita, viene messa a disposizione di venditori e merchandiser

direttamente su tablet PC, associando ad una evoluta modalità di relazione con il cliente il beneficio di un immediato aggiornamento sull'esito della visita

L'integrazione fra pianificazione e tracciamento delle consegne consente di verificare quasi in tempo reale, sempre tramite strumenti leggeri e sempre on-line, gli scostamenti fra pianificato ed eseguito, con l'obiettivo anche di un migliore servizio al cliente.



## Quali applicazioni?

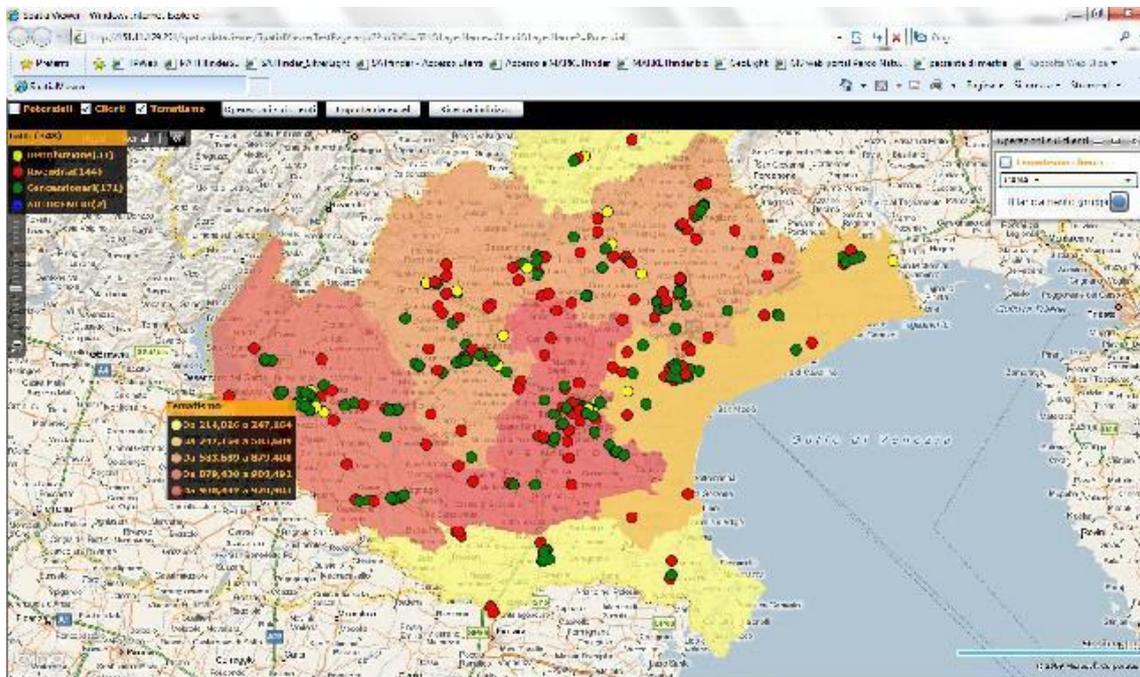
- ✓ Gli **area manager** utilizzano un tablet PC (I-Pad, Samsung Galaxy Tab, ...) per accedere ai dati di fatturato, confrontare gli scostamenti rispetto agli obiettivi e vedere la distribuzione dei clienti per fatturato, numero di ordini e tipologia
- ✓ I **responsabili della logistica** accedono dalle varie sedi (con un comune browser Internet) ai risultati della pianificazione di PATHfinder effettuata dal server centrale per vedere la distribuzione territoriale delle consegne pianificate e per analizzare i dati relativi alle consegne; gli operatori del servizio clienti accedono agli stessi dati per fornire informazioni ai clienti sull'orario stimato di consegna (tracking delle spedizioni)
- ✓ Il **personale commerciale** riceve su smartphone o tablet PC la lista delle visite da effettuare, oppure ricerca su base geografica i potenziali clienti che si trovano nella sua zona; durante la visita, accede in tempo reale ai dati dei clienti e immette informazioni sull'attività svolta e note sulle attività future.

## Un esempio

MARKETfinder light è una soluzione destinata al personale commerciale, al quale consente l'immediata consultazione (anche su tablet PC) dei più significativi dati relativi a business e clienti, portando realmente l'utilizzo operativo della cartografia sul territorio.

- ✓ Analisi tematica dei dati di business (ordini e target)

- ✓ Visualizzazione geografica dei clienti attivi e potenziali, anche per canale e importanza
- ✓ Accesso alle schede cliente
- ✓ Selezione geografica dei clienti per pianificare rapidamente le prossime visite



Subito disponibili con un clic, i dati e le funzioni di maggior interesse per chi lavora sul territorio e deve confrontarsi con agenti o clienti per discutere obiettivi e opportunità di business